


Des communications bienveillantes et transparentes		Numéro d'identification
Type de document : Politique		DG-PO-005
Ce document est accessible :		<input checked="" type="checkbox"/> Répertoire Documentation <input checked="" type="checkbox"/> Site Internet <input type="checkbox"/> Intranet <input checked="" type="checkbox"/> Cartable en établissement
Applicable :		<input checked="" type="checkbox"/> En CHSLD <input checked="" type="checkbox"/> En RI <input checked="" type="checkbox"/> En RPA
Destinataires :		Toute personne qui œuvre dans une installation du Groupe Santé Arbec
Émise par :		La direction des ressources humaines, communications et affaires juridiques
Responsable de l'application :		La direction générale
Approuvée par :		Le comité de direction
Signature du président et chef de la direction :		

1. OBJET

La présente politique remplace la politique des communications numérotée 1-1.5.

Le Groupe Santé Arbec considère les communications comme une courroie essentielle à la bonne marche de la dynamique interne et externe de ses installations. Les communications se doivent d'être bienveillantes et transparentes dans toutes ses installations et à tous les niveaux.

La politique de communication établit les grandes étapes de la communication, les orientations et les responsabilités en matière de communication afin de promouvoir une culture de communication ouverte, bienveillante et transparente au sein du Groupe Santé Arbec et d'harmoniser les activités de communication avec les priorités et orientations de l'organisation. Elle représente une activité de gestion essentielle à l'atteinte des objectifs de l'organisation.

Les communications sont indispensables dans la mission, la vision, les valeurs et la philosophie de gestion du Groupe Santé Arbec. Elles soutiennent le bon fonctionnement de l'organisation et de chacune de ses installations et sont indispensables à la réalisation de la planification stratégique et la philosophie de gestion.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	Page 1 de 26
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	

Le Groupe Santé Arbec favorise une communication bidirectionnelle bienveillante, transparente, respectueuse et régulière tout en étant basée sur la consultation, la compréhension et le travail d'équipe.

Il est important de bien coordonner les communications et la diffusion de l'information destinées aux résidents et à leurs proches, au personnel (incluant le personnel d'agence), aux bénévoles, stagiaires, partenaires et collaborateurs de chaque installation.

La finalité de nos communications doit nous permettre d'améliorer les services rendus aux résidents d'une façon continue. C'est d'ailleurs l'impact des services que nous rendons aux résidents qui devient les éléments d'information à l'origine des changements que nous apportons.

Précisons que la famille du résident, de par son rôle, demeure un acteur privilégié.

2. LES GROUPES VISÉS PAR LA POLITIQUE ET LE PLAN DE COMMUNICATION

2.1. LES GROUPES-CIBLES À L'INTERNE

- ↗ Les résidents
- ↗ Les proches aidants, répondants, familles et proches des résidents
- ↗ Les bénévoles
- ↗ Le personnel incluant le personnel d'agence, les stagiaires, les directeurs, les gestionnaires
- ↗ Les syndicats
- ↗ Les membres du CMDP (Conseil des médecins, dentistes et pharmaciens)
- ↗ Le conseil d'administration
- ↗ Les membres de la Fondation Groupe Santé Arbec
- ↗ Les comités des résidents

2.2. LES GROUPES-CIBLES À L'EXTERNE

- ↗ Les partenaires du réseau de la santé
- ↗ Les partenaires gouvernementaux
- ↗ Les partenaires de la communauté
- ↗ Les candidats potentiels
- ↗ Les commissions scolaires
- ↗ Les médias
- ↗ Les fournisseurs

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REMPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	Page 2 de 26
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	

- ↻ Agrément Canada
- ↻ Les municipalités et les politiciens
- ↻ Les investisseurs
- ↻ Les ordres professionnels
- ↻ Les audiences sur Internet : toutes les personnes qui sont en contact avec notre présence en ligne incluant les avis donnés (Facebook, LinkedIn, Google, YouTube, etc.)

3. ENJEUX

La communication doit refléter les valeurs que l'organisation souhaite véhiculer. Maintenir une bonne communication interne et externe permet d'assurer la circulation des informations et le bon fonctionnement de l'organisation. Elle aide également à établir et diffuser les objectifs de l'organisation.

Ce qui est au cœur de notre stratégie, c'est l'humain.

3.1. ENJEU 1 : LA COHÉSION ET LA CULTURE D'ENTREPRISE

- **Création d'une culture d'entreprise forte** : c'est le résultat de communications bien pensées et bien exécutées. Cela consiste à transmettre efficacement les valeurs de l'organisation à tous les employés et membres des groupes-cibles à l'interne. Quand ils embrassent et vivent ces valeurs, une culture d'entreprise solide et distincte émerge.
- **Lien entre cohésion et productivité** : Une communication interne forte favorise la cohésion d'équipe. Quand les membres d'une équipe comprennent leurs rôles respectifs et partagent un objectif commun, cela engendre une dynamique positive. Les enjeux de la communication interne comprennent la facilitation des échanges entre les collaborateurs, ce qui peut mener à une meilleure collaboration, à des innovations accrues et, en fin de compte, à une productivité améliorée.

3.2. ENJEU 2 : INFORMER ET IMPLIQUER LES EMPLOYÉS, LES RÉSIDENTS ET LES FAMILLES À TOUS LES NIVEAUX

- **Diffusion efficace de l'information** : L'information est le carburant de notre organisation, à l'interne comme à l'externe. Il est crucial que les messages atteignent les bons destinataires rapidement. L'utilisation des bons outils de communication et des bons canaux de communication assurent une diffusion sans faille à nos groupes-cibles.
- **Engagement des employés, à tous les niveaux, dans la communication** : Au-delà de la simple réception d'informations, les employés, à tous les niveaux,

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes

NOUVEAU		REPLACEMENT		MISE À JOUR		DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	Page 3 de 26
Oui <input type="checkbox"/>	Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	

doivent être des participants actifs. Les enjeux de la communication interne visent à encourager une culture où les employés sont encouragés à donner leur avis, à poser des questions et à partager des retours. Cet engagement actif crée un sentiment d'appartenance et augmente la satisfaction au travail. L'engagement des familles et des proches aidants est aussi important à ce niveau.

3.3. ENJEU 3 : GÉRER LES CHANGEMENTS ET LES CRISES

- **Communication en période de changement** : Le changement est inévitable dans une organisation comme la nôtre. Les enjeux de la communication interne pendant ces périodes concernent la préparation des employés à ces changements, la clarification des nouvelles attentes et la minimisation de toute incertitude ou confusion. Les résidents et les familles font partie prenante de cet enjeu.
- **Réactivité lors des crises internes** : Quel que soit le type de crise, une communication interne rapide et transparente est cruciale. Les enjeux de la communication interne dans ce contexte, sont d'informer les employés (et les familles ou autres groupes-cibles selon le type de crise) de la situation réelle, des mesures prises pour y remédier et de la manière dont ils peuvent contribuer à la solution.

3.4. ENJEU 4 : OPTIMISER LES CANAUX DE COMMUNICATION INTERNE

- **Évolution des outils de communication** : Avec les progrès technologiques, les outils de communication sont en constante évolution. Du courrier électronique aux plateformes de collaboration en temps réel, nous avons une panoplie d'options. Nos enjeux sont choisir et d'adopter les outils les plus adaptés aux besoins spécifiques de notre organisation.
- **Sélection des canaux adaptés aux besoins de l'organisation** : Évaluation des canaux les plus efficaces pour atteindre nos différents groupes cibles, le plus rapidement possible.

3.5. EN CONCLUSION

3.5.1. NOS ENJEUX DE COMMUNICATION INTERNE

- ❖ Faire connaître et faire adhérer par le personnel, à tous les niveaux, les valeurs de l'organisation :
 - **Bienveillance** : être attentif et respectueux **du bien-être et du bonheur des autres** dans nos relations au quotidien, où chaque humain est unique.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 4 de 26

- **Transparence** : prendre plaisir à écouter et à communiquer ouvertement et honnêtement avec nos résidents, leurs proches, nos collègues et nos partenaires
 - **Créativité** : Avoir la flexibilité et l'adaptabilité de développer un environnement innovant et évolutif, **créateur de sens et de valeur** pour toutes les personnes œuvrant et résidant dans nos établissements.
 - **Excellence** : la quête de l'excellence s'actualise par la **rigueur, la qualité, la pertinence, la compétence et la mesure de nos actions**. Nous sommes tous des **ambassadeurs de hauts standards**, engagés à offrir des soins et services personnalisés aux résidents.
- ❖ Faire connaître et adhérer par le personnel, à tous les niveaux, à la vision de l'organisation. Le but ultime de notre engagement ? Des aînés heureux : une équipe engagée à humaniser la vie des résidents.
 - ❖ Motiver à travailler efficacement pour répondre à la mission de l'organisation : Offrir aux personnes en perte d'autonomie un chez-soi chaleureux, innovant et sécuritaire, tout en valorisant leur épanouissement et leur autonomie, dans une approche personnalisée et évolutive, par l'engagement et le dévouement des employés.
 - ❖ Renforcer la mobilisation, la collaboration, l'engagement, l'épanouissement et la performance du personnel.
 - ❖ Informer le personnel sur la vie interne.
 - ❖ Développer la culture d'entreprise et favoriser le sentiment d'appartenance.
 - ❖ Garantir la cohésion et contribuer à l'esprit d'équipe.
 - ❖ Valoriser les compétences.
 - ❖ Créer une identité commune au sein de l'organisation.
 - ❖ Donner du sens aux décisions prises par l'organisation et/ou la direction.
 - ❖ Améliorer l'environnement de travail, la qualité de vie au travail et le climat social pour favoriser la productivité et le plaisir au travail.

3.5.2. NOS ENJEUX DE COMMUNICATION EXTERNE

- ❖ Faire connaître la mission, la vision et les valeurs de l'organisation.
- ❖ Faire adhérer les familles à notre mission, notre vision et nos valeurs.
- ❖ Solidifier la notoriété de l'entreprise.
- ❖ Solidifier notre image de marque.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REMPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 5 de 26

- ❖ Gagner en crédibilité.
- ❖ Participer à la bonne réputation de l'organisation.
- ❖ Établir des relations de confiance avec nos partenaires externes.
- ❖ Se démarquer auprès des concurrents.
- ❖ Conquérir et fidéliser notre clientèle et leur famille.

4. OBJECTIFS DE COMMUNICATIONS

Les objectifs de communication sont de trois ordres :

- ↵ Cognitif (faire connaître)
- ↵ Affectif (faire aimer)
- ↵ Conatif (faire agir)

Afin d'établir une communication bidirectionnelle bienveillante, transparente, respectueuse et régulière basée sur la confiance, le Groupe Santé Arbec oriente ses stratégies de communication comme suit :

- ↵ Attirer et séduire
- ↵ Mobiliser et fidéliser
- ↵ Convaincre, faire adhérer
- ↵ Informer, sensibiliser
- ↵ Susciter l'intérêt
- ↵ Sonder, consulter
- ↵ S'impliquer, participer, encourager

5. OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

- ↵ Encourager une communication transparente, bidirectionnelle en misant sur une écoute active, empathique et bienveillante.
- ↵ Informer les groupes visés concernés sur les soins et services offerts aux résidents.
- ↵ Informer les groupes visés concernés sur les activités et événements qui sont tenus dans chaque installation.
- ↵ Inviter les groupes cibles concernés à participer à ces activités dans le respect des politiques en vigueur.
- ↵ Fournir à toute personne qui œuvre dans l'organisation le matériel et la documentation nécessaire à l'accomplissement de son rôle afin d'assurer la qualité et la sécurité des soins et services aux résidents.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 6 de 26

- ↳ Informer les membres de la Fondation des événements de chaque installation et les impliquer
- ↳ Informer les membres du comité de direction sur les activités et la performance de chaque installation.
- ↳ Définir, encadrer et mettre en place les moyens et les modalités de communication efficace par groupe de personnes visées.
- ↳ Éviter l'affichage superflu et périmé dans les lieux communs et les lieux réservés aux résidents afin de préserver la qualité de leur milieu de vie et la confidentialité.
- ↳ Promouvoir une utilisation professionnelle et appliquée de la langue française en milieu de travail.
- ↳ Véhiculer une image positive et valorisante du Groupe Santé Arbec et de chacune de ses installations.
- ↳ Développer la marque employeur et s'assurer que son rayonnement augmente la visibilité et la réputation du Groupe Santé Arbec et de chacun de ses installations.
- ↳ Agir en contrôlant et en orientant son discours pour en mesurer les impacts et les résultats.
- ↳ Développer une stratégie d'attraction et de recrutement innovante et proactive.
- ↳ Miser sur l'expertise, la pertinence des priorités organisationnelles et la cohérence des actions mises en place pour bonifier la crédibilité des CHSLD et du Groupe Santé Arbec.
- ↳ Agir avec proactivité afin d'être en mesure de contrôler et orienter son discours pour en mesurer les effets et les réactions sur les diverses parties prenantes.
- ↳ Véhiculer une image positive du Groupe Santé Arbec et de ses installations comme étant un milieu de vie familial et chaleureux ainsi qu'un environnement de travail agréable et stimulant.

Des objectifs spécifiques qui découlent de la planification stratégique sont définis dans le plan de communication du Groupe Santé Arbec et visent à répondre à chacun des enjeux de communication identifiés.

6. PRINCIPES DIRECTEURS

- ↳ L'engagement du conseil d'administration, de la direction générale, des membres du comité de direction et de toutes les personnes œuvrant ou habitant dans les installations du Groupe Santé Arbec dans une volonté de communiquer et de prendre les moyens nécessaires pour y arriver.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REMPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 7 de 26

- ↪ Le respect de la confidentialité : les activités de communication respectent le droit de toute personne à la protection de ses renseignements personnels et de sa vie privée.
- ↪ La volonté de communiquer en respectant les principes d'accessibilité, de transparence et d'objectivité.
- ↪ La nécessité d'établir des communications efficaces, cohérentes et respectueuses en utilisant un langage clair, dans le respect des droits et des responsabilités de chacun.
- ↪ Le souci d'adopter de bonnes pratiques en matière linguistique et de veiller à suivre les applications de l'Office québécois de la langue française ainsi que l'application de la Charte de la langue française.
- ↪ L'engagement d'utiliser la graphie traditionnelle du français dans tous les écrits.
- ↪ L'importance de coordonner les communications sur une base permanente afin d'assurer la diffusion de l'information vers toutes les structures de l'établissement.
- ↪ La participation des instances de l'établissement (les divers comités, le CMPD, les comités des résidents, les instances syndicales, etc.) à l'application de cette politique en tant que lieux de communication et de rétroaction.
- ↪ Les informations pertinentes sont communiquées aux groupes concernés au moment opportun et par le canal de communication approprié.
- ↪ La reconnaissance que la communication est la responsabilité de tous.

7. CHAMP D'APPLICATION

La présente politique s'adresse à toute personne œuvrant au sein de l'organisation et ses installations, incluant le personnel d'agence, les médecins, les bénévoles. Elles s'appliquent également aux résidents, aux membres de leur famille et aux visiteurs.

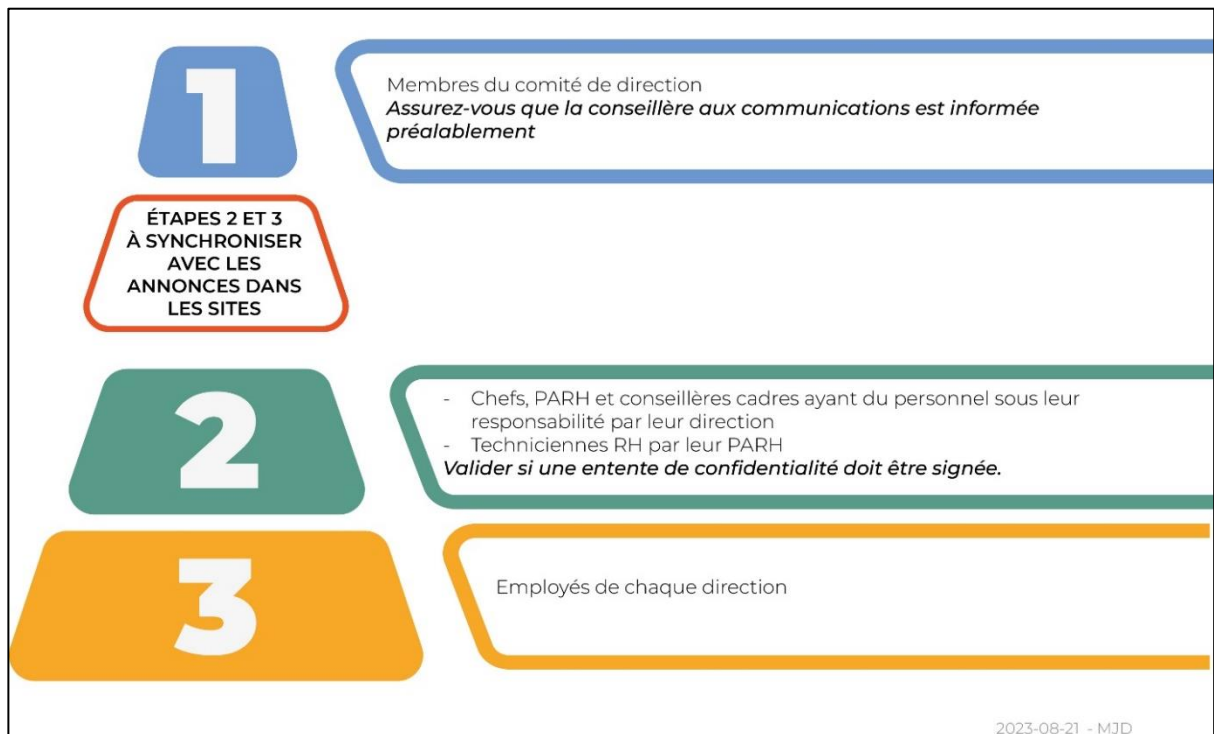
8. MÉCANISMES DE TRANSMISSION D'UNE COMMUNICATION

Pour pouvoir rejoindre tous les types de personnes dans nos groupes-cibles, la communication doit se faire 3 trois façons :

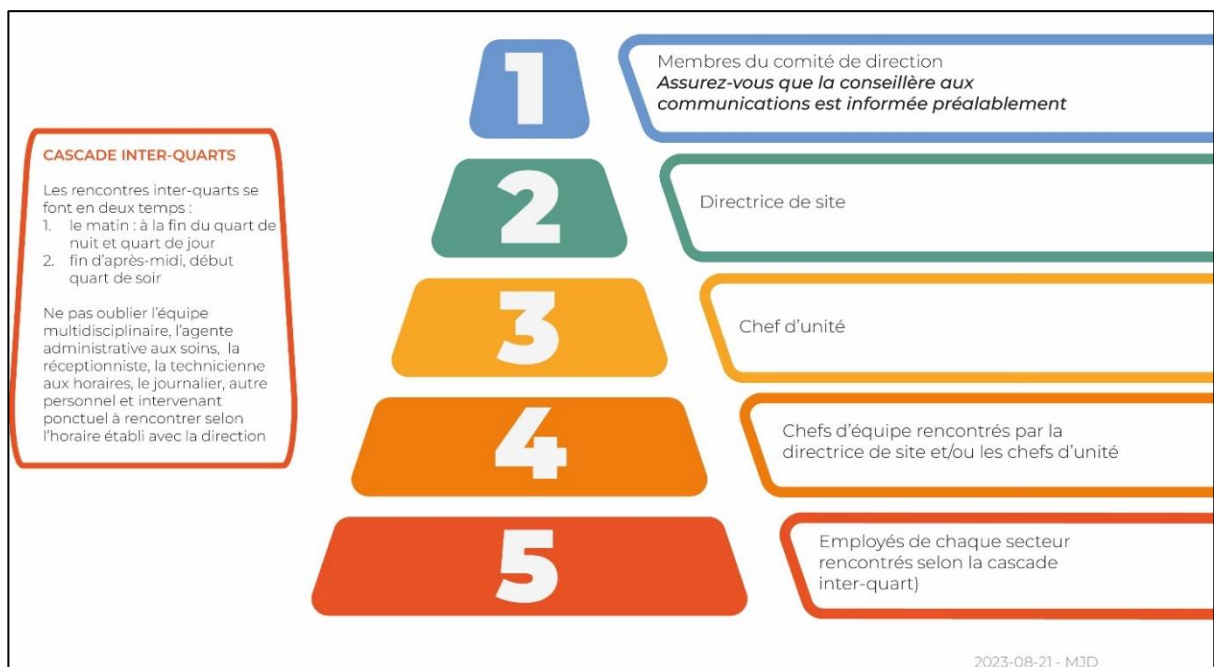
1. Visuellement, par une affiche ou une note de service par direction,
2. Par courriel ou infolettre, et
3. Verbalement individuellement ou en groupe

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes									
NOUVEAU		REPLACEMENT		MISE À JOUR		DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	Page 8 de 26
Oui <input type="checkbox"/>	Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	

8.1. ÉTAPE 1 - CASCADE DES COMMUNICATIONS AU NIVEAU CORPORATIF



8.2. ÉTAPE 2 - CASCADE DES COMMUNICATIONS AU NIVEAU DES INSTALLATIONS



DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes

NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 9 de 26

8.3. GUICHET CENTRAL POUR LES QUESTIONS OU AVOIR UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION

Avec un de ces trois types de transmission, la personne aura donc pris connaissance de l'information et l'avoir compris.

Si une personne a des questions ou a besoin de plus d'explications, elle doit s'informer comme suit :

- **Si la communication s'adresse aux familles :**
 - ❖ Devra s'adresser à la directrice gestionnaire de site par courriel ou par appel téléphonique.
- **Si la communication s'adresse au personnel :**
 - ❖ Faire parvenir un courriel à faq@groupe-sante-arbec.com.
 - ❖ Une réponse sera émise dans les 48 heures sous forme de FAQ (Foire aux questions) afin que tout le personnel puisse améliorer sa compréhension de certains éléments de la communication.

9. RESPONSABILITÉS D'APPLICATION

Les rôles, responsabilités et obligations des divers intervenants dans l'application de la présente politique sont répartis de la façon suivante.

9.1. TOUS LES INTERVENANTS DANS NOS INSTALLATIONS, SANS EXCEPTION

- Adopter et assurer une communication bienveillante et transparente, horizontale et verticale, envers tous les membres de l'organisation, des CHSLD, équipes et collègues.
- Associer la conseillère en communications dès le début à tout projet de communication visant un large public.

9.2. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

- En tant que gouvernance principale, est responsable de veiller à ce que la communication de l'entreprise soit transparente, précise et en conformité avec les valeurs et les intérêts des parties prenantes, tout en garantissant la conformité aux réglementations en vigueur.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 10 de 26

9.3. LE PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION

- Tient le rôle de porte-parole pour tous les établissements du Groupe Santé Arbec dans les relations avec la communauté, les médias, les instances publiques et politiques.
- En tant que principal dirigeant exécutif de l'entreprise, joue également un rôle essentiel dans la politique de communication en fournissant une vision stratégique, en dirigeant les efforts de communication et en assurant une cohérence avec les objectifs organisationnels globaux.

9.4. LES MEMBRES DU COMITÉ DE DIRECTION

- Adoptent la politique de communication du Groupe Santé Arbec.
- Agissent comme les porte-parole internes au niveau de l'organisation des services et des activités de l'organisation. Ils informent les directrices générales CHSLD et RI-RPA ainsi que la conseillère en communications des activités de communication stratégique auprès des groupes concernés.
- Voient à l'application de la politique et du plan de communication.

9.5. LA DIRECTRICE GÉNÉRALE CHSLD

- S'assure de la qualité des informations données aux membres du comité de direction.
- Tient le rôle de principale porte-parole des CHSLD dans les relations avec les résidents et leurs proches, le personnel, les bénévoles, les CISSS, le ministère de la Santé et des Services sociaux ainsi qu'avec les autres établissements et organismes communautaires.
- Communique les décisions du conseil d'administration et du comité de direction aux gestionnaires responsables de site de chacun des CHSLD. Elle s'assure que les divers groupes ciblés soient informés adéquatement des orientations et des objectifs de l'établissement.
- Annonce les nominations à des fonctions de gestionnaire de site et de chef d'unité.
- Tient à jour les organigrammes des RI et RPA avec le soutien de la conseillère en communications.
- S'assure que l'information circule adéquatement de façon transparente dans toutes les directions et dans tous les CHSLD, de haut en bas, de bas en haut, de façon horizontale et verticale.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REMPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 11 de 26

9.7. LA DIRECTRICE GÉNÉRALE RI-RPA

- S'assure de la qualité des informations données aux membres du comité de direction.
- Tient le rôle de principale porte-parole des RI-RPA dans les relations avec les résidents et leurs proches, le personnel, les bénévoles, les CISSS, le ministère de la Santé et des Services sociaux ainsi qu'avec les autres établissements et organismes communautaires.
- Communique les décisions du conseil d'administration et du comité de direction aux directeurs de site de chacune de ses installations. Elle s'assure que les divers groupes ciblés soient informés adéquatement des orientations et des objectifs de l'établissement.
- Annonce les nominations à des fonctions de directeur de site et coordonnateur de site.
- Tient à jour les organigrammes des CHSLD avec le soutien de la conseillère en communications.
- S'assure que l'information circule adéquatement de façon transparente dans toutes les directions et dans toutes les RI-RPA, de haut en bas, de bas en haut, de façon horizontale et verticale.

9.8. LA DIRECTRICE DES RESSOURCES HUMAINES, COMMUNICATIONS ET AFFAIRES JURIDIQUES

- Applique les objectifs du plan adopté par le comité de direction et propose des stratégies en tenant compte de réalités, des besoins et des ressources disponibles.
- Diffuse auprès du personnel les informations de sa direction relatives aux conditions de travail, à l'affichage de postes, au mouvement de personnel, aux politiques, procédures et règlements concernant les ressources humaines.
- Annonce les nominations des professionnels et du personnel en soutien administratif.
- Diffuse les mémos récurrents émanant de son service, incluant les congés fériés.
- S'assure que l'information circule adéquatement dans sa direction.
- Élabore les activités de reconnaissance pour les employés avec la collaboration de la conseillère en communication.
- Est le pont de communication entre les syndicats et le personnel.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	Page 12 de 26
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	

- Sur les questions reçues par courriel au guichet central, s'occupe de trouver les réponses et diffuser une FAQ par infolettre au personnel.

9.9. LA CONSEILLÈRE EN COMMUNICATIONS (AGENTE D'INFORMATION)

- Conseille, valide et /ou autorise la publicité, le contenu des communiqués ayant un impact majeur sur la clientèle ou les membres du personnel. Valide au préalable auprès du président et chef de la direction le contenu des communications stratégiques de l'organisation et auprès de la directrice générale CHSLD le contenu des communications aux familles et résidents dans les CHSLD.
- Conçoit des plans et des stratégies de communication spécifiques à des projets, dossiers ou événements qui visent l'ensemble de l'organisation.
- S'assure de la qualité, de la pertinence et de la justesse des informations stratégiques transmises par l'organisation.
- Rédige et prépare les documents officiels ou stratégiques de l'établissement dans le respect des orientations et des valeurs de l'organisation et des directives de sa supérieure ou de la directrice générale CHSLD.
- Voit à l'élaboration, l'application, la mise à jour et au suivi du plan de communication de l'organisation avec les instances concernées, le soumet à la directrice générale CHSLD et détermine les mécanismes de contrôle requis à son application.
- Assume le développement et la gestion des sites Web et des médias sociaux et numériques de l'organisation en tenant compte des publics internes et externes.
- Conseille le comité de direction sur l'évolution et l'image de marque interne et externe.
- Élabore, dirige et soutient les stratégies et moyens de communication en matière d'image de marque, de visibilité, de messages afin de promouvoir les actions de l'organisation et d'en évaluer les impacts.
- Conseille les directrices dans la mise en place de stratégies de communication interne et externe visant à développer et à soutenir l'image de marque de chaque CHSLD pour la mobilisation et la valorisation du personnel et des équipes.
- Développe des outils de communications innovants pour assurer une meilleure communication et une meilleure visibilité des installations et de l'organisation.
- Tient à jour les organigrammes des directions.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REMPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 13 de 26

9.10. LA DIRECTRICE DES SOINS INFIRMIERS, SERVICES MULTIDISCIPLINAIRES ET AMÉLIORATION CONTINUE DE LA QUALITÉ

- S'assure de la qualité des informations données aux membres de sa direction.
- Diffuse et s'assure de la compréhension de la politique de communications au sein des membres de son équipe.
- S'assure que l'information circule adéquatement dans sa direction.
- S'assure que tout ce qui est en lien avec les soins, programme, éclosions, est diffusé au personnel et aux familles, selon les besoins.
- S'assure de mettre à jour les textes de sensibilisation et de prévention sur les sites Web de l'organisation et des CHSLD et d'en informer la conseillère en communications pour la mise à jour, le design et la programmation.
- S'assurer d'ajouter des textes de sensibilisation et de prévention selon les campagnes organisées sur les sites Web de l'organisation et des CHSLD.

9.11. LA DIRECTRICE DES RESSOURCES FINANCIÈRES ET DE LA LOGISTIQUE

- S'assure de la qualité des informations données aux membres de sa direction.
- Diffuse et s'assure de la compréhension de la politique de communications au sein des membres de son équipe.
- S'assure que l'information circule adéquatement dans sa direction.
- S'assure que tout ce qui touche paie, impôts, frais aux résidents/familles et toute autre information en lien avec les finances et la logistique est diffusé à la clientèle cible.

9.12. LA DIRECTRICE DES SERVICES TECHNIQUES, INFORMATIONNELS ET SERVICES-CONSEILS DE L'HÔTELLERIE

- S'assure de la qualité des informations données aux membres de sa direction.
- Diffuse et s'assure de la compréhension de la politique de communications au sein des membres de son équipe.
- S'assure que l'information circule adéquatement dans sa direction.
- S'assure que tout ce qui touche les services dont elle s'occupe est diffusé à la clientèle cible.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 14 de 26

9.13. LA DIRECTRICE GESTIONNAIRE DE SITE

- Est le pivot de toute la communication de son site et doit diffuser toute l'information de haut en bas, de bas en haut, horizontalement et verticalement.
- S'assure de communiquer régulièrement avec les familles et les résidents.
- Fait la tournée quotidienne des étages de son site pour prendre le pouls du personnel, des familles et des résidents.
- Organise et anime la rencontre annuelle avec les familles.
- Organiser et anime des rencontres avec le personnel.
- Vérifie l'information sur les babillards et s'assure que les informations sont à jour.
- Récolte les questions reçues lors des rencontres interquart et autres rencontres et les envois à **faq@groupe-santearbec.com**
- Participe à l'élaboration du plan de communication des activités en CHSLD avec la conseillère en communications.
- Diffuse l'information sur les tableaux des milieux de vie des résidents sur chacune des unités.
- Fait la promotion des activités de loisirs.
- Favorise le développement de la qualité des interventions multidisciplinaires.
- Diffuse les projets relatifs au développement clinique et des activités multidisciplinaires.
- Diffuse et s'assure de la compréhension de la politique de communication au sein des membres de son équipe.
- Utilise les moyens et les outils nécessaires pour assurer une circulation efficace de l'information au sein des membres de leurs groupes cibles.
- S'assure que l'information circule adéquatement dans son CHSLD, à tous les niveaux et pour tous les publics cibles.
- Fournit les données et les renseignements nécessaires permettant de répondre aux demandes d'information pour actualiser les activités prévues au plan de communication général de l'organisation.
- Prévoit les budgets nécessaires à la réalisation d'outils et de moyens de communication visant la diffusion d'information émanant de leur direction.
- Est responsable de s'assurer que les rencontres des comités des résidents et milieu de vie ont lieu selon les fréquences établies.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 15 de 26

9.14. LES GESTIONNAIRES ET CHEFS DE SERVICE

- Sont le pivot communicationnel des employés de bas en haut et de haut en bas.
- Assistent la gestionnaire de site lors des rencontres et pour les diverses communications.

9.15. LES MEMBRES DU PERSONNEL (INCLUANT LE PERSONNEL DES AGENCES), À TOUS LES NIVEAUX

- Véhiculent quotidiennement, dans toutes leurs actions, la mission, la vision et les valeurs du Groupe Santé Arbec, auprès des résidents, de leurs proches, des partenaires, des collaborateurs et de leurs collègues.
- Prennent connaissance des informations qui leur sont communiquées (en CHSLD, par infolettre, par courriel et sur les babillards | en RI-RPA, sur les babillards et sur Agendrix).
- Prennent connaissance et appliquent la politique et le plan de communications.
- Prennent part aux activités de communication proposées comme les rencontres d'équipe, la lecture des notes de service, des communiqués, des politiques et procédures, les journées thématiques, les sondages, etc.
- Informent au besoin les résidents sur les soins et services.
- S'enquière des besoins des résidents et respectent leur volonté.

9.16. LES BÉNÉVOLES

- Prennent connaissance des informations qui leur sont communiquées par infolettre et sur les babillards.
- Ont la responsabilité de s'assurer d'être inscrits dans la base de données de l'infolettre en s'adressant à leur technicienne aux loisirs.
- Prennent connaissance et appliquent la politique des communications.
- S'enquière des besoins des résidents.

9.17. LES RÉSIDENTS ET LES FAMILLES

- Prennent connaissance des informations qui leur sont communiquées par infolettre, sur les babillards, sur le site Web du CHSLD et sur la page Facebook du CHSLD.
- Ont la responsabilité de s'assurer d'être inscrits dans la base de données de l'infolettre.
- Prennent connaissance et appliquent la politique des communications.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	Page 16 de 26
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	

- Communiquent les besoins, leurs inquiétudes et tout autre sujet à l'infirmière-chef ou le chef d'unité de l'unité où réside leur proche.
- Collaborent de façon respectueuse et bienveillante avec les employés.

10. LES STRATÉGIES ET LES MOYENS DE COMMUNICATION

Des stratégies ainsi que des tactiques de communication ont été définies afin de répondre aux besoins de communication des groupes de personnes visées.

10.1. LES MOYENS DE COMMUNICATION PAR GROUPE VISÉ

10.1.1. LES RÉSIDENTS

- ❖ La rencontre individuelle
- ❖ La rencontre interdisciplinaire
- ❖ Le comité des résidents
- ❖ L'affichage sur les tableaux dédiés à la clientèle (voir Annexe 1)
- ❖ La rencontre annuelle des familles
- ❖ Les kiosques de sensibilisation

10.1.2. LES PROCHES, MEMBRES DES FAMILLES ET VISITEURS

- ❖ L'infolettre
- ❖ L'affichage sur le tableau dédié aux familles (voir Annexe 1)
- ❖ La rencontre individuelle et interdisciplinaire
- ❖ Le site Internet et la page Facebook du CHSLD
- ❖ La rencontre annuelle des familles
- ❖ L'assemblée annuelle du comité des résidents
- ❖ L'appel téléphonique
- ❖ Le courriel individuel

10.1.3. LE PERSONNEL, GESTIONNAIRES, DIRECTEURS ET PERSONNEL D'AGENCE

- ❖ L'infolettre
- ❖ Le courriel de groupe par CHSLD
- ❖ La rencontre individuelle
- ❖ La rencontre d'équipe
- ❖ L'affichage sur les tableaux dédiés aux employés (voir Annexe 2)
- ❖ L'infolettre
- ❖ La rencontre du personnel

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	Page 17 de 26
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	

- ❖ L'appel téléphonique
- ❖ La page Facebook du CHSLD et les pages LinkedIn et Facebook du Groupe Santé Arbec
- ❖ La chaîne You Tube du Groupe Santé Arbec

10.1.4. LES BÉNÉVOLES

- ❖ L'infolettre
- ❖ La rencontre individuelle ou de groupe
- ❖ L'affichage
- ❖ Le courriel
- ❖ Le site Internet et la page Facebook du CHSLD

10.1.5. LES STAGIAIRES, CONTRACTUELS ET PARTENAIRES

- ❖ La lettre personnalisée
- ❖ Le courriel
- ❖ L'appel téléphonique
- ❖ La section du site Internet du Groupe Santé Arbec destinée aux stagiaires et au personnel d'agence (EN DÉVELOPPEMENT)
- ❖ La page Facebook du Groupe Santé Arbec et du CHSLD

10.2. AUTRES MOYENS DE COMMUNICATION

Des moyens complémentaires sont également utilisés :

- ❖ Code de Vie
- ❖ Code d'éthique
- ❖ Communications spécifiques concernant la situation d'un résident
- ❖ Communications de la Fondation Groupe Santé Arbec
- ❖ Communications annonçant les événements généraux et les activités spécifiques aux unités de vie
- ❖ Communications annonçant les événements généraux et les activités spécifiques au personnel
- ❖ Courriel électronique
- ❖ Les comités
- ❖ Procès-verbaux des comités auxquels la personne participe
- ❖ Guide d'accueil du résident et sa pochette d'accueil
- ❖ Guide du bénévole

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes

NOUVEAU	REMPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 18 de 26

- ❖ Kiosques de sensibilisation
- ❖ Dépliants
- ❖ Planification stratégique
- ❖ Politiques et procédures diffusées aux personnes concernées
- ❖ Programmes de l'organisation
- ❖ Rapport annuel de gestion
- ❖ Rapport d'agrément
- ❖ Séances d'information dans le cadre de rencontres d'équipe, de gestionnaires et assemblées de personnel
- ❖ Chaîne You Tube, pages LinkedIn et Facebook du Groupe Santé Arbec et de chaque CHSLD
- ❖ Lettres circulaires ou personnalisées
- ❖ Etc.

11. MISE À JOUR DES LISTES DE DISTRIBUTION

La gestion des listes de distribution de l'infolettre et des courriels est importante afin de s'assurer que tous les publics cibles reçoivent les communications nécessaires en temps opportun. La responsabilité de la mise à jour de ces listes est attribuée comme suit.

11.1. FAMILLES DES RÉSIDENTS

L'agente à l'accueil et à l'admission s'occupe de mettre à jour les listes de distribution des familles et contacts des résidents, au gré des mouvements de la clientèle.

Deux types de listes distinctes sont utilisées pour rejoindre les proches des résidents : l'infolettre et le courriel.

- Les groupes des familles dans la base de données de l'infolettre sont divisés par CHSLD. La mise à jour se fait par envoi d'un courriel à la conseillère en communication dès l'arrivée, le départ ou le décès d'un résident afin que les groupes soient toujours à jour.
- La liste des courriels des familles est mise à jour en temps réel et gardée par l'agente à l'accueil et à la réception pour pouvoir envoyer des courriels (à la place de l'infolettre), au besoin.

Les contacts et groupes de l'infolettre sont conservés de façon sécuritaire sur le site de CyberImpact, notre fournisseur officiel, et sont disponibles uniquement aux personnes autorisées à les utiliser. Toute personne inscrite à l'infolettre peut se désabonner très facilement au besoin.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 19 de 26

Les listes des données des répondants sont conservées de façon sécuritaire dans un dossier sur le réseau et disponible uniquement aux personnes autorisées à l'utiliser.

Seules les personnes suivantes ont accès à ces listes pour acheminer les infolettres :

- Conseillère en communications
- Adjointes de direction

Seules les personnes suivantes ont accès à ces listes pour acheminer des courriels de masse aux répondants et aux familles :

- L'agente à l'accueil et à l'admission
- L'adjointe exécutive

11.2. EMPLOYÉS

La technicienne aux ressources humaines du CHSLD s'occupe de mettre à jour les listes de distribution des employés (courriels d'entreprise et courriels personnels), au gré des mouvements, selon les CHSLD, les titres d'emploi et les groupes d'envoi.

Les contacts et groupes de l'infolettre sont conservés de façon sécuritaire sur le site de CyberImpact, notre fournisseur officiel, et sont disponibles uniquement aux personnes autorisées à les utiliser. Toute personne inscrite à l'infolettre peut se désabonner très facilement au besoin.

11.2.1. AVEC COURRIELS D'ENTREPRISE

La technicienne aux ressources humaines du CHSLD s'occupe de mettre à jour les listes de distribution des employés, au gré des mouvements. Seules les personnes suivantes ont accès à ces listes pour acheminer les infolettres :

- Conseillère en communications
- Adjointes de direction

11.2.2. COURRIELS PERSONNELS DES EMPLOYÉS

Cette liste contient tous les courriels personnels du personnel œuvrant dans nos CHSLD. Elle est mise à jour par la technicienne aux ressources humaines du CHSLD, et ce, au rythme des embauches et des départs. La liste est conservée dans un dossier sur le réseau informatique dans un dossier sécurisé et disponible uniquement aux personnes autorisées à l'utiliser.

Ces courriels sont aussi mis à jour dans l'infolettre par la technicienne aux ressources humaines du CHSLD au rythme des embauches et des départs.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REMPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 20 de 26

11.3. BÉNÉVOLES

La technicienne en loisirs voit à garder à jour la liste des coordonnées des bénévoles. La liste est acheminée au gré des arrivées et des départs de bénévoles à la conseillère en communication, par CHSLD, pour ajouter au groupes Bénévoles par CHSLD et pour tous les CHSLD.

12. UTILISATION DES LISTES DE DISTRIBUTION (COURRIELS ET INFOLETTRE)

L'utilisation des courriels de masse doit s'effectuer avec discernement et prudence.

Lors des envois de courriels par les groupes de courriels, il est impératif d'inscrire les destinataires dans le champ « copie carbone invisible (c.c.i) », pour plusieurs raisons, dont la confidentialité.

Le Groupe Santé Arbec doit respecter la volonté des personnes qui souhaitent que leur adresse courriel demeure confidentielle lorsque le courriel personnel est utilisé.

Cette façon de travailler évite également plusieurs faux pas, notamment un destinataire qui répondrait à tous. Finalement, en procédant ainsi, on évite que des copies locales de listes de distribution se retrouvent entre les mains d'un utilisateur non autorisé à les utiliser.

Il n'est d'ailleurs pas recommandé de faire une copie locale des listes de distribution puisque ces listes deviennent rapidement désuètes, les mises à jour étant faites uniquement à un endroit.

13. POLITIQUES ET FORMATION ASSOCIÉES À CETTE POLITIQUE

Les politiques suivantes sont complémentaires à la présente politique :

- ↳ DG-PO-006 – Plan de communication
- ↳ DG-PO-008 – La gestion de crise médiatique

14. APPROBATION ET ENTRÉE EN VIGUEUR

La présente politique entre en vigueur le jour de son approbation par le comité de direction, soit le 25 avril 2024.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 21 de 26

OUVRAGES CONSULTÉS

- ↳ Politique des communications de la Résidence Berthiaume Du Tremblay
- ↳ BAnQ numérique
- ↳ La Politique de communication, Bernard Dagenais, Les presses de l'Université Laval, janvier 2016
- ↳ Plusieurs sites Web de spécialistes en communication d'entreprise

15. ANNEXE

A1 – La stratégie derrière des communications efficaces

A2 - Listes de diffusion et personnes autorisées à acheminer des courriels de masse

A3 – Dépliant sur les éléments indispensables à la communication

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes						
NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	Page 22 de 26
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	

Annexe 1 La stratégie derrière des communications efficaces



Une stratégie de communication débute par l'analyse de l'environnement dans lequel évolue l'organisation. Cette analyse permet de dégager des enjeux de communication à travailler en vue d'améliorer à tous les niveaux la communication organisationnelle.

Quatre enjeux de communication

Cohésion et culture d'entreprise 01

- **Création d'une culture d'entreprise forte** : transmettre efficacement les valeurs de l'organisation à tous les employés et membres des groupes cibles à l'interne.
- **Lien entre cohésion et productivité** : faciliter les échanges entre les collaborateurs, ce qui peut mener à une meilleure collaboration, à des innovations accrues et, en fin de compte, à une productivité améliorée.

Informier et impliquer 02

- **Diffusion efficace de l'information** : utiliser les bons outils de communication et les bons canaux de communication assurent une diffusion sans faille à nos groupes cibles.
- **Engagement des employés, à tous les niveaux, dans la communication** : encourager une culture où les employés sont encouragés à donner leur avis, à poser des questions et à partager des retours. Cet engagement actif crée un sentiment d'appartenance et augmente la satisfaction au travail. L'engagement des familles et des proches aidants est aussi importante à ce niveau.

Gérer les changements et les crises 03

- **Communication en période de changement** : préparer les employés à ces changements, clarifier les nouvelles attentes et minimiser toute incertitude ou confusion. Les résidents et les familles font partie prenante de cet enjeu.
- **Réactivité lors des crises internes** : informer les employés, les familles et tout groupe cible, selon le type de crise, de la situation réelle, des mesures prises pour y remédier et la manière dont ils peuvent contribuer à la solution.

Optimiser les canaux de communication 04

- **Évolution des outils de communication** : choisir et adopter les outils les plus adaptés aux besoins spécifiques de notre organisation.
- **Sélection des canaux adaptés aux besoins de l'organisation** : évaluer les canaux les plus efficaces pour atteindre nos différents groupes cibles le plus rapidement possible.

NOS OBJECTIFS DE COMMUNICATION SONT DE TROIS ORDRES

1

COGNITIF
(faire connaître)

2

AFFECTIF
(faire aimer)

3

CONATIF
(faire agir)

Afin d'établir une communication **bidirectionnelle bienveillante, transparente, respectueuse et régulière basée sur la confiance**, le Groupe Santé Arbec oriente ses stratégies de communication comme suit :

- Attirer et séduire
- Mobiliser et fidéliser
- Convaincre, faire adhérer
- Informer, sensibiliser
- Susciter l'intérêt
- Sonder, consulter
- S'impliquer, participer, encourager



DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes

NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 23 de 26

Annexe 2 Listes de diffusion et personnes autorisées à acheminer des courriels de masse

LISTES DE DIFFUSION ET PERSONNES AUTORISÉES À ACHEMINER DES COURRIELS OU INFOLETTRES DE MASSE

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes



La gestion des listes de distribution est importante afin que toutes les personnes des groupes cibles reçoivent les communications en temps opportun.

Les activités de communication doivent respecter le droit de toutes les personnes à la protection de leurs renseignements personnels et leur vie privée.

Tout envoi de masse doit être approuvé par la directrice de site, la directrice générale CHSLD ou la directrice des ressources humaines (selon le type d'envoi), exempt de fautes et validé par la conseillère en communications, que ce soit par courriel ou infolettre.

Listes de diffusion et personnes autorisées à acheminer des courriels de masse



FAMILLES ET REPRÉSENTANTS LÉGAUX

Courriels

- Adjointe exécutive
- Agente à l'accueil, à la réception et à l'admission
- Adjointe administrative aux soins en CHSLD

Infolettres

- Conseillère en communications
- Adjointe exécutive et adjointes de direction



EMPLOYÉS - COURRIELS PROFESSIONNELS (GSA)

Courriels

- Responsable du secteur informationnel
- Membres du comité de direction
- Directrices de site
- Adjointe exécutive et adjointes de direction
- Agentes administratives aux soins en CHSLD
- Agente à l'accueil, à la réception et à l'admission

Infolettres

- Conseillère en communications
- Adjointes de direction



EMPLOYÉS - COURRIELS PERSONNELS (PAR CHSLD OU D-TOUS-CHSLD)

Courriels

- Adjointe à la direction des ressources humaines
- Directrice des ressources humaines
- Techniciennes aux ressources humaines
- PARH

Infolettres (par groupes de CHSLD ou de titres d'emploi)

- Conseillère en communications
- Adjointe exécutive et adjointes de direction



BÉNÉVOLES

Courriels

- Technicienne en loisirs
- Agente à l'accueil, à la réception et à l'admission

Infolettres

- Conseillère en communications

**TOUS LES ENVOIS DOIVENT ÊTRE FAITS AVEC DISCERNEMENT ET PRUDENCE.
DANS TOUS LES CAS, IL EST OBLIGATOIRE :**



d'inscrire les destinataires ou les groupes de destinataires dans le champ CCI (copie carbone invisible) pour, entre autres :

- respecter la confidentialité.
- éviter plusieurs faux pas, comme une personne qui répond à tous alors que ce n'est pas requis de le faire.



- Il est INTERDIT de faire des copies des listes de distribution.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes

NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 24 de 26

Annexe 3 Dépliant sur les éléments indispensables en communication

5. COHÉRENCE

Être cohérent dans la façon de diffuser le message afin d'être le plus convaincant possible. Les informations délivrées doivent se suivre de manière logique et se référer au sujet principal.

Le public visé doit aisément suivre le discours – écrit ou oral – et être convaincu par ce qui est dit ou écrits.

6. COMPLET

Faire preuve de compétence et donner toutes les informations utiles au public-cible. Il s'agit d'être exhaustif sans pour autant noyer l'auditoire d'informations (référence, le 2^e C). Il faut idéalement prendre du recul et se mettre à la place des personnes à qui le message est délivré. Tous n'ont pas nécessairement les mêmes connaissances de base. Il faut donc s'assurer que chaque interlocuteur possède bien tous les éléments importants une fois le message diffusé.

Le public visé doit recevoir toutes les informations nécessaires.

7. COURTOISIE

Faire preuve d'empathie, d'authenticité, d'ouverture, de politesse et de positivité. Salutations personnalisées, formules de politesse adaptée en cas de communication écrite, gestuelle ouverte et détendue en cas de présentation orale sont de véritables atouts trop souvent négligés.

Le public visé doit se sentir important et respectés

Pour une communication bienveillante et transparente



Les éléments indispensables en communication



Un aide-mémoire à suivre avant chaque communication écrite, orale, électronique



DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes

NOUVEAU		REPLACEMENT		MISE À JOUR		DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	Page 25 de 26
Oui <input type="checkbox"/>	Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	

Appelée les 7C, les principes directeurs en communication sont les 7 éléments indispensables à la communication pour que le message soit livré efficacement. Le message doit être : clair, concis, concert, correct, cohérent et courtois pour être entendu, compris et intégré. En un mot : efficace!

Il peut être utilisé comme liste de vérification à remplir avant chaque communication écrite, présentation orale, courriel, etc.

INTÉRÊT DE CET OUTIL

Utiliser cette méthode offre des avantages à différents niveaux et permet, notamment :

- Une communication fluide,
- un réel gain de temps,
- une productivité accrue,
- des échanges constructifs avec les interlocuteurs,
- des relations saines avec les collègues,
- une diminution des tensions et conflits liés trop souvent à des malentendus.
- une diminution des tensions et conflits liés trop souvent à des malentendus.



1. CLARTÉ

Le message doit être clair. Utiliser des phrases courtes et se limiter à une idée par phrase. Explicites et non équivoques, les phrases doivent être explicites sans pouvoir être interprétées de plusieurs manières. L'objectif est que les choses soient claires pour le public ciblé afin qu'il n'ait pas à essayer de deviner ou d'interpréter les paroles. La compréhension doit être naturelle et directe.

Cet exercice n'est pas si simple qu'il n'y paraît. il est important de se mettre à la place du public-cible : est-il familier avec le sujet traité? Quelles informations possède-t-il? Utilise-t-il le même vocabulaire que la personne qui parle? Qu'attend-t-il du message? etc.

Le public-cible doit comprendre sans effort ce qui lui est dit.

2. CONCISION

Être bref, mais efficace. Pour produire l'effet escompté, il ne faut pas se perdre dans trop de détails ou explications. Il faut aller droit au but en utilisant des phrases simples. Il faut absolument éviter les tournures pompeuses et lourdes. Il faut parler au présent et préférer la voix active aux formes passives. Surtout, éviter le nombre de mots, les répétitions et les informations inutiles.

Le public visé doit s'intéresser à ce qui lui est dit.

3. CONCRET

Être factuel, utiliser des exemples concrets. Faire en sorte de capter l'attention du public-cible afin qu'il s'approprie votre message et le retienne ainsi plus facilement. En illustrant le sujet (le propos) par des exemples simples, mais parlants, les chances d'être entendu et compris sont maximisées.

Le public visé doit retenir ce qui lui est dit.

4. CORRECTION

Adapter le vocabulaire, le ton, la tournure de phrases au public-cible. Employer les bons termes. **Utiliser un langage approprié** : soutenu, familier, courant. Respecter les règles de politesse et autres codes du savoir-être et savoir-vivre.

Le public visé doit sentir qu'on s'adresse et s'intéresse à lui.

DG-PO-005 Des communications bienveillantes et transparentes

NOUVEAU	REPLACEMENT	MISE À JOUR	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE DE REMPLACEMENT OU MISE À JOUR	DATE D'APPROBATION	
Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>	2015-09-18	2024-04-25	2024-04-25	Page 26 de 26